

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Outdoor* Eiger (Studi Pada MAPALA Environmental Adventure dan Mahameru). Selaku Dosen Pembimbing 1 : Saaptika Kancana, S.Sos, Msi dan Dosen Pembimbing 2 : Dr. Adi Soeprpto S.Sos, Msi.

Munculnya berbagai macam produk dalam satu kategori dengan kualitas produk yang sudah menjadi standar dan dapat dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh siapapun mengakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar. Untuk mengatasi penetrasi pasar yang dilakukan kompetitor, maka perusahaan harus membentuk citra merek yang kuat didukung dengan kualitas produk yang baik. Eiger merupakan salah satu merek produk *outdoor* lokal dimana sampai sekarang memiliki banyak pesaing baik itu dalam negeri dan luar negeri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan citra merek dan kualitas produk baik secara simultan maupun parsial terhadap minat beli ulang produk *outdoor* Eiger pada MAPALA *Environmental Adventure* dan Mahameru.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada MAPALA *Environmental Adventure* dan Mahameru. Sumber data adalah data primer dengan metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling* dan diperoleh 53 orang sebagai sampel penelitian. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji instrument penelitian dan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan dan parsial terhadap minat beli ulang produk *outdoor* Eiger dengan variabel kualitas produk menjadi variabel yang dominan. Ini menandakan PT Eigerindo Multi Produk Industri harus bisa mempertahankan kualitas dan keberagaman produk *outdoor* Eiger serta meningkatkan citra merek Eiger melalui *Brand Awareness* agar bisa mempengaruhi konsumen sehingga berminat membeli ulang produk *outdoor* Eiger.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang